

## Inhalt

<b>Systematischer Vertrieb – was ist das?</b>	<b>7</b>
▪ Die Ausgangslage: Unzufriedenheit	8
▪ Handlungsoptionen und Kennzahlen im Vertrieb	9
▪ Ansatz zur Lösung: die Strategiepyramide	12
▪ Führungskräfte und die Kommunikation	14
▪ Von der Theorie zur Praxis	16
<b>Analyse: Wo stehen wir heute?</b>	<b>19</b>
▪ Faktoren bei der Standortbestimmung	20
▪ Wohin soll es gehen und wie kommen wir dorthin?	32
<b>KÖNNEN sicherstellen: Ergänzen, was fehlt</b>	<b>35</b>
▪ Bestandsaufnahme: Was wird gebraucht?	36
▪ WER sollte trainiert werden?	37
▪ WAS sollte trainiert werden?	40
▪ Wie sollte ein Training oder Coaching ablaufen?	42
▪ Wie lassen sich Effizienz, Effektivität und Nachhaltigkeit sicherstellen?	45
▪ Das richtige Inhouse-Training für Ihr Sales-Team	47
▪ Ist KÖNNEN tatsächlich das Problem?	49
▪ Training und Coaching in drei Phasen	51

---

<b>SOLLEN definieren: Der Weg zum Ziel</b>	<b>61</b>
▪ Wie kommen wir dort an, wo wir hinwollen?	62
▪ Das Schwarmprinzip nutzen	63
▪ Soll-Prozesse definieren	65
▪ Was bringen verbindliche Vertriebsprozesse?	72
<b>WOLLEN unterstützen: Die Mitarbeiter mitnehmen</b>	<b>75</b>
▪ Motivation mit System	76
▪ Warum sind Handlungsziele erforderlich?	84
▪ Wie werden Ergebnisziele gefunden?	88
<b>UMSETZUNG sichern: Führung und IT gut kombiniert</b>	<b>97</b>
▪ Die Prozesse ins System einbringen	98
▪ Ansätze für ein funktionierendes System	99
<b>FÜHREN und ENTWICKELN: Mit Gesprächen ans Ziel</b>	<b>105</b>
▪ Was brauchen Führungskräfte?	106
▪ Was bringen kaskadierende Wochengespräche?	108
▪ Regeln für Mitarbeitergespräche	111
▪ Überprüfen des Könnens	114
▪ Schlusswort	119
▪ Stichwortverzeichnis	123